

REDES

Revista Eletrônica Direito e Sociedade

Canoas, V. 6, N. 1, 2018

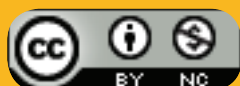
Artigos

Recebido: 17.02.2018

Aprovado: 16.03.2018

DOI <http://dx.doi.org/10.18316/REDES.v6i1.4504>

*1,*2 Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG)
Ponta Grossa, PR



Apontamentos jurídicos acerca das contas de jogos eletrônicos online

Zilda Mara Consalter^{*1}

Alexsandro dos Anjos^{*2}

RESUMO

Jogos online são, inegavelmente, novéis modalidades de entretenimento e já são consideradas atividade profissional ou esporte (e-Sports), sendo praticadas por milhares de pessoas ao redor do mundo. League of Legends, World of Warcraft ou Overwatch são apenas alguns exemplos desses jogos que conectam pessoas e fazem circular milhares de dólares todos os anos. Diante dessa realidade, as empresas de jogos eletrônicos online impõem contratos aos usuários de seus serviços, os quais muitas vezes aceitam sem sequer ler o mesmo e, com isso, algumas cláusulas desses são abusivas e às vezes podem trazer algum tipo de prejuízo para o usuário-consumidor. Utilizando o método dedutivo com o auxílio da técnica de pesquisa indireta (bibliográfica e documental) apoiada em análise casuística qualitativa, busca-se analisar a possibilidade de eventual descon sideração das cláusulas que proporcionem algum tipo de desvantagem para o usuário-consumidor desta relação. Para tanto, três termos de uso oferecidos por empresas foram selecionadas para a análise: a Riot Games®, a Blizzard Entertainment® e a Hi-Rez Studios® – sendo elas diferenciadas pelos gêneros dos jogos oferecidos e pela quantidade de jogadores em cada. Como resultados parciais, tem-se constatado que ainda é parca a legislação sobre o tema e que o exercício de subsunção deve ser efetuado face ao Código de Defesa do Consumidor, a fim de se encontrar norte para regrear essas relações.

Palavras-chave: Contratos; Jogos Online; Contas; Direitos do Consumidor.

Legal statements about online games accounts

ABSTRACT

Online games are undeniably new kinds of entertainment and are also considered professional activity or sport (e-Sports), being practiced by thousands of people around the world. League of Legends, World of Warcraft or Overwatch are just a few examples of these games that have been connecting people and circulates thousands of dollars every year. Considering this reality, online gaming companies impose contracts on users of their services, which often accept them without read it, and that contains some abusive clauses and sometimes it can bring some kind of harm to the user-consumer. Applying the deductive method, supported by indirect research technique (bibliographical and documental) and a qualitative case analysis, it is sought to analyze the possible disregard of clauses that provide some type of disadvantage for the user-consumer in these relations. For this purpose, three companies were selected for

the analysis, including Riot Games®, Blizzard Entertainment® and Hi-Rez Studios® - being differentiated by the gaming genres offered and the number of players in each. As partial results, it has been verified that law on the subject is still meager and that the exercise of subsumption should be made – in Brazil - in Code of Consumer Protection, in order to find the north to rule these relations.

Keywords: Contracts; Online Games; Games Accounts; Consumer Law.

“Se o jurista se recusar a aceitar o computador - que formula um novo modo de pensar - o mundo - que certamente não dispensará a máquina - dispensará o jurista”.

(BORUSSO, Renato. *Computer e Diritto*. Milano: Giuffrè, 1989. p. 29).¹

Linhas introdutórias

É inegável que a internet trouxe consigo inúmeros avanços e mudanças, inclusive na forma dos seres humanos se comportarem e interagir entre si. Isso implica na expansão das funcionalidades dessa ferramenta de conexão entre as pessoas. Além de inúmeras outras, uma dessas alternativas que ora se apresenta é a possibilidade de entretenimento por meio de jogos eletrônicos online.²

Os jogos eletrônicos online, juntamente com a internet, tiveram uma rápida disseminação, tanto no número de jogadores quanto na diversidade de espécies, além das categorias e dos valores que fazem circular. Um exemplo desse crescimento é jogo *League of Legends* – atualmente o mais jogado do mundo³ – que possuía 67 milhões de usuários em 2013⁴ e em 2016 ultrapassou 100 milhões de usuários mensais ativos.⁵

Do ponto de vista comercial, o número de empresas que fornecem o serviço também cresce exponencialmente. Segundo a Associação Brasileira dos Desenvolvedores de Jogos Digitais,⁶ a quantidade de desenvolvedores de games elevou-se em 600% em oito anos, vez que este ramo oferece oportunidade de lucros exorbitantes, como no caso da Riot Games® – empresa desenvolvedora do jogo supracitado *League of Legends* - que lucrou US\$ 1,6 bilhão em 2015.⁷

Para a PricewaterhouseCoopers®, esse mercado girou em torno de US\$ 65,7 bilhões em 2013 e deve chegar a US\$ 89 bilhões em 2018, numa taxa de crescimento de 6,3% ao ano. No Brasil, a estimativa é que haja um crescimento de US\$ 448 milhões em 2013 para US\$ 844 milhões em 2018, com uma taxa de 13,5%

¹ BORUSSO, Renato. *Computer e Diritto*. Milano: Giuffrè, 1989. p. 29.

² “Online [t. en: Online] Anglicismo dicionarizado na língua portuguesa. Termo técnico que foi dicionarizado com hífen e sem hífen: online e on-line. De acordo com o novo acordo ortográfico ele será adotado sem hífen, deixando a sua grafia na forma inglesa: online (ambos as formas, com e sem hífen persistem no inglês). Seu significado é: (1) atividade desenvolvida por / por meio / na Internet (que também é chamada de Web ou Rede); (2) programas (Softwares), funções e serviços que são exercidos, acionados ou usados na rede e que nela se situam e os acessamos via navegadores de rede (Browsers)”. FLEURY, Afonso; SAKUDA, Luiz Ojima; CORDEIRO, José Henrique Dell Osso. (Coord). 1º. Censo da indústria brasileira de jogos digitais. Pesquisa do GEDIGames, NPGT, Escola Politécnica da USP para o São Paulo: BNDES, 2014. Disponível em: http://www.abragames.org/uploads/5/6/8/0/56805537/i_censo_da_industria_brasileira_de_jogos_digitais.pdf.

³ COPEL. 5 games online mais jogados no mundo. Disponível em: <<http://www.copeltelecom.com/site/blog/5-games-online-mais-jogados-no-mundo/>>

⁴ G1. ‘League of Legends’ alcança 67 milhões de jogadores. Disponível em: <<http://g1.globo.com/tecnologia/games/noticia/2014/01/league-legends-alcanca-67-milhoes-de-jogadores.html>>

⁵ IGN. League of legends ultrapassa 100 milhões de usuários mensais. Disponível em: <<http://br.ign.com/league-of-legends/38355/news/league-of-legends-ultrapassa-100-milhoes-de-usuarios-mensais>>

⁶ G1. Número de desenvolvedores de games cresce 600% em 8 anos, diz associação. Disponível em: <<http://g1.globo.com/economia/negocios/noticia/numero-de-desenvolvedores-de-games-cresce-600-em-8-anos-diz-associacao.ghtml>>

⁷ ESPN. ‘League of Legends’: Riot Games teve lucro de US\$ 1,6 bilhão em 2015, segundo relatório. Disponível em: XYZW... <http://espn.uol.com.br/noticia/>

ao ano.⁸ As projeções da Newzoo[®] eram de US\$ 100 bilhões ainda em 2017 e os e-Sports chegariam a casa dos US\$ 500 milhões em 2016.⁹

Ainda com relação aos números, o Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (IBOPE), em 2011, realizou duas pesquisas sobre temas ligados aos jogos online: uma sobre comportamento e hábitos dos usuários (TGI) e outra sobre os jogos em si (Game Pop):

Segundo a pesquisa TGI do Ibope, realizada em 2011, do universo de 35,1 milhões de internautas, jogar online é um hábito praticado por 54% deles e os jogos em redes sociais são praticados por cerca de 23% dos internautas. Já a Pesquisa Game Pop do Ibope, realizada em 2012, aponta que dos 80 milhões de internautas no país, 61 milhões jogam algum tipo de jogo. Desses jogadores, 67% utilizam consoles, e 42% computadores pessoais, especialmente para os jogos *online*.¹⁰

Por seu turno, os jogadores online gastam em média 5h14min por dia nessas atividades e o que os que utilizam console de mesa e portáteis usam 3h22min. Além disso, em julho de 2012, 25,7 milhões de pessoas visitaram sites de jogos digitais.¹¹

Quanto ao perfil do usuário,

47% são mulheres, sendo que 51% delas (12 milhões de pessoas) pertencem à classe A e têm idades entre 40 e 49 anos. Entre elas, 55% são jogadoras casuais e a maioria delas, 77%, usam jogos das redes sociais. Entre as jogadoras casuais, 59% jogam todos os dias, e têm como preferência jogos de cartas. O levantamento realizado pelo Ibope mostra que as mulheres gastam mais tempo em Jogos Digitais de redes sociais, como os aplicativos de Facebook. A faixa etária desse público varia entre 25 e 35 anos, que responde por 60% das receitas dos jogos sociais. Entre os 61 milhões de usuários de jogos no computador, 43% utilizam sites de jogos; 40% baixam jogos da internet; 42% usam jogos embarcados no computador; e 18% jogam jogos de console por meio de emuladores.¹²

Especialmente com referência às crianças e adolescentes, pesquisa realizada pelo Comitê Gestor da Internet no Brasil em 2012, na qual se entrevistou crianças e adolescentes entre 9 e 16 anos, detectou-se que esta é a quarta atividade mais realizada por elas:

54% delas já jogaram e 17% já experimentaram os mundos virtuais. Segundo a pesquisa, 35% das crianças jogam diariamente; 45% jogam uma ou duas vezes por semana; e 19% jogam uma ou duas vezes por mês. As crianças que jogam pertencem a todas as classes sociais: 63% das crianças das classes A e B, 50% da classe C e 44% das classes D e E utilizam Jogos Digitais.¹³

Além desses números, é importante frisar que as de opções de jogos online ofertados por esses desenvolvedores faz com que surja uma nova categoria de esporte, chamado hoje de *e-Sports*,¹⁴ ou seja,

⁸ Apud FLEURY, Afonso; SAKUDA, Luiz Ojima; CORDEIRO, José Henrique Dell Osso. (Coord.) Mapeamento da indústria brasileira e global: jogos digitais. Pesquisa do GEDIGames, NPGT, Escola Politécnica da USP para o São Paulo: BNDES, 2014. Disponível em: http://www.abragames.org/uploads/5/6/8/0/56805537/mapeamento_da_industria_brasileira_e_global_de_jogos_digitais.pdf

⁹ Apud LI, Roland. Good luck have fun: the rise of e-Sports. New York: Skyhirse Publishing, 2016. p. 2.

¹⁰ FLEURY, Afonso; SAKUDA, Luiz Ojima; CORDEIRO, José Henrique Dell Osso. (Coord.) Mapeamento..., op. cit., p. 39-41.

¹¹ Ibidem, p. 32-34.

¹² FLEURY, Afonso; SAKUDA, Luiz Ojima; CORDEIRO, José Henrique Dell Osso. (Coord.) Mapeamento da indústria brasileira e global: jogos digitais. Pesquisa do GEDIGames, NPGT, Escola Politécnica da USP para o São Paulo: BNDES, 2014. Disponível em: http://www.abragames.org/uploads/5/6/8/0/56805537/mapeamento_da_industria_brasileira_e_global_de_jogos_digitais.pdf.

¹³ Apud FLEURY; SAKUDA, loc. cit.

¹⁴ Essa nova categoria não bate ainda os esportes tradicionais, nem em número nem em cifras de investimento e patrocínio, mas vem ganhando

esportes ou jogos cujas contendidas ocorrem puramente em âmbito virtual. E claro, essa nova modalidade vem propiciando, inclusive, rendimentos aos seus praticantes, o que faz com que milhares de dólares circulem nesse ramo por ano em competições e eventos específicos dessa nova categoria esportiva.¹⁵

Pode ser estranho imaginar-se que uma empresa fornecedora de um jogo *free-to-play*¹⁶ aufera lucros; porém, ressalte-se que como estas empresas não cobram para que se possa aproveitar o seu produto principal – o jogo – elas tem uma fonte alternativa de arrecadação de lucro, que, na maioria dos jogos, são conteúdos adicionais para o próprio, os quais são comprados com moeda convencional, no caso do Brasil, em Reais. Há publicidade envolvida. Há patrocinadores interessados. Existe uma enorme oportunidade de ganho (em cifras bastante consideráveis) por parte dos desenvolvedores. Somado a isso, os jogadores bem sucedidos são premiados, o que faz com que acumulem elevados valores em suas contas, tenham seguidores e tornem-se ídolos com muitos fãs pelo globo.

A partir disso, mostra-se importante o estudo do tema, pois há uma relação jurídica entre a empresa fornecedora do jogo e dos conteúdos adicionais e o usuário – que é o próprio jogador –; e nesta relação, este último aceita os termos de uso a partir do momento em que cria a sua conta, sendo impossibilitado de jogar caso não aceite e não sendo possível discutir as cláusulas impostas a ele. Ademais, eles ficam impedidos de transacionar os valores de suas contas, embora elas possam ser traduzidas facilmente em pecúnia, ficando restritas apenas a utilização frente as práticas do próprio game.

Dessa maneira, o foco central deste texto consiste em analisar a relação jurídica existente nessas modalidades, bem como os termos de uso impostos pelas principais empresas desenvolvedoras dos jogos,¹⁷ comparando-se os termos de três com atual notoriedade. São elas: a *Riot Games*® – empresa do jogo mais jogado do mundo, o *League of Legends*; a *Blizzard*® – empresa fornecedora de diversos jogos, um deles o *World of Warcraft* – por muito tempo o jogo mais jogado do mundo, atualmente estando em segundo lugar; e, por último, a *Hi-Rez*® – empresa fornecedora de jogos de diferentes gêneros, um deles *Smite*, jogo de mesmo gênero que *League of Legends*, porém, com uma quantidade de jogadores diferente.

Para o desenvolvimento do texto, aplicou-se o método científico dedutivo de abordagem com apoio da técnica de pesquisa documental indireta, tanto bibliográfica quanto documental, recorrendo-se à doutrina (nacional e estrangeira) e à legislação – em especial o Código do Consumidor para a análise contratual –, além de notícias e dados estatísticos para obtenção de dados relevantes ao estudo.

Tudo isso, somado ao estudo crítico qualitativo dos termos/contratos impostos pelas supracitadas

do terreno rapidamente. Apenas a título de ilustração, Roland Li, em obra específica, destaca a comparação: “It is still dwarfed by traditional sports, with an estimated \$278 million in eSports financial activity in 2015 according to Newzoo, compared to revenue of over \$10 billion for the NFL and \$21 billion for European soccer leagues. Viewership for the champion of the top game *League of Legends* hit 32 million in 2013, compared to a peak of 120 million viewers that watched the 2015 Super Bowl”, ou, em tradução livre dos autores: “Ainda é superada pelos esportes tradicionais, com uma estimativa de US\$ 278 milhões na atividade financeira dos eSports em 2015 de acordo com a Newzoo, em comparação com a receita de mais de US \$ 10 bilhões para a NFL e US \$ 21 bilhões para ligas de futebol europeias. A audiência para o campeão do melhor jogo *League of Legends* atingiu 32 milhões em 2013, em comparação com um pico de 120 milhões de espectadores que assistiram ao Super Bowl 2015”. LI, Roland. Good luck have fun: the rise of e-Sports. New York: Skyhirse Publishing, 2016. p. 2. – tradução livre.

¹⁵ LI, Roland. Good luck have fun: the rise of e-Sports. New York: Skyhirse Publishing, 2016. p. 2.

¹⁶ Jogos que podem ser baixados, instalados e jogados sem qualquer tipo de cobrança. (N. dos AA.).

¹⁷ Ressalta-se que na grande maioria das vezes, como no caso das três escolhidas, as empresas possuem sua matriz no exterior e algumas delas possuem apenas servidores e/ou sedes no Brasil. (N. dos AA.).

empresas, a fim de se desenhar o panorama em que se alocam essas relações e também qual o norte jurídico a ser seguido quanto às relações advindas dessas práticas.

Um mundo ainda obscuro para muitos: um pouco da origem, a natureza dos jogos online e alguns conceitos necessários à compreensão do tema

Na década de 1970, estudantes do *Massachusetts Institute of Technology* – MIT, criaram um jogo com uma batalha nas estrelas, com naves espaciais e armamentos chamado Spacewar. Ele era rodado num Processador de Dados 1 (um rudimentar computador que pesava aproximadamente 500 quilos) e era usado apenas para fins acadêmicos. Era um jogo animado e que atraiu muitos alunos da comunidade. É claro que a competição sempre é a parte principal de um jogo, mas o jogo foi lançado gratuitamente. Ocorre que com o passar do tempo, ganhou interesse comercial, e muitos desenvolvedores viram nele potencial meio de atrair compradores.¹⁸

Em 1980, a Atari® criou o *Space Invader Championship*, campeonato em que milhares de jogadores competiam entre si, além de ser televisionado. Em 1990, o *Nintendo World Championship* foi lançado e nele, crianças mostravam suas habilidades nos seus *Super Mario*.¹⁹

Com o tempo, os jogos foram ficando mais complexos, passaram a compreender mais jogadores e a adotar mais gráficos e sistemas. A internet incrementou tudo isso de maneira exponencial, com jogos que atingem pessoas em todo o globo.²⁰

Do prisma dos jogos puramente online, ao que parece, a prática de compartilhar arquivos e jogos pela internet começou por meio do uso do YouTube®. Em 2008, dois aficionados por jogos e outras atividades digitais (Lewis Brindley e Simon Lane) começaram a fazê-lo, mesmo que de forma rudimentar, por meio daquela plataforma digital de vídeos.²¹

No mesmo ano, uma empresa de jogos (Zynga®) foi comprada pela Digital Sky Technologies® por cento e oitenta milhões de dólares, pois criava jogos para lançar nas plataformas sociais, tais como o Facebook®. Esses jogos encorajavam os jogadores a se conectar a uma nova forma de competir. E podiam voltar ao jogo frequentemente, sem ficarem limitados a sessões que duravam alguns minutos.²²

Posteriormente, Markus Persson (da Suíça) lançou um pequeno jogo pelo qual os jogadores usavam cubos (ou tijolinhos) para construir casas e outras estruturas para se proteger de monstros que atacavam a noite. Esse jogo, o Minecraft, já teve várias versões e, em que pese sua versão original seja paga, milhões de pessoas já o jogaram (e ainda jogam) sem qualquer gasto,²³ além de que é, ainda hoje, um dos mais populares do mundo.

O fato é que até hoje Lewis Brindley e Simon Lane continuam criando jogos e, quando lançados, tem milhões de visualizações. Quanto a empresa Zynga®, esta, desde 2011 consolidou-se e continua ativa - a despeito

¹⁸ LI, Roland. Good luck have fun: the rise of e-Sports. New York: Skyhirse Publishing, 2016. p. 1.

¹⁹ LI, Roland. Good luck have fun: the rise of e-Sports. New York: Skyhirse Publishing, 2016. p. 1.

²⁰ Ibidem, p. 2.

²¹ MACCALLUM-STEWART, Esther. Online games, social narratives. New York; London: Routledge, 2014. p. 1.

²² MACCALLUM-STEWART, loc. cit.

²³ Ibidem, p. 2.

de incorporações e fusões típicas das startups e de algumas turbulências típicas do mercado em questão. E mais tarde, o suíço tornou-se comandante de uma empresa formada pela fusão de duas outras, tornando-se uma gigante do ramo. O jogo por ele criado continua sendo constantemente atualizado.²⁴

Essas notícias históricas servem para demonstrar que todos os idealizadores dos rudimentares jogos online ainda continuam, até a atualidade, em atividades ligadas às empresas que criaram e às atividades que idealizaram, com milhares de visualizações e seguidores, contando com patrimônios de muitos bilhões de dólares.²⁵

Também é verdade que essa indústria passa, inexoravelmente, a fazer parte do mundo corporativo e do mercado,²⁶ não somente porque gera lucros, mas também empregos e renda, além de fomentar criações na área de tecnologia e ciência, espalhando-se para inúmeros setores da chamada nova economia,²⁷ tais como “[...] arquitetura e construção civil, marketing e publicidade, áreas de saúde, educação e defesa, treinamento e capacitação, entre outros”.²⁸

Somado a isso, esse setor tem ganhado novas facetas, passando apenas do tão lucrativo mercado do entretenimento para funções mais “sérias”, uma vez que jogos online podem ser incorporados pelos setores da “[...] educação, a pesquisas científicas, a treinamentos (desde o âmbito corporativo até a Defesa Nacional), além de terem utilização na capacitação relacionada ao atendimento de saúde, na escolha e desenvolvimento de vocações, e na arquitetura e construção civil”.²⁹

Além dos pontos de vista econômico e científico já mencionados, essa atividade profissionalizou-se e assumiu papel relevante em várias vertentes, sendo que no Brasil é considerada obra protegida legalmente, dada a sua natureza de obra audiovisual: “A ANCINE passou a considerar que possuem natureza de obra audiovisual os jogos eletrônicos, assim considerado o conteúdo audiovisual interativo cujas imagens são alteradas em tempo real a partir de ações de jogadores”.³⁰

²⁴ Ibidem, p. 1-2.

²⁵ MACCALLUM-STEWART, Esther. *Online games, social narratives*. New York; London: Routledge, 2014. p. 4.

²⁶ “A ampliação do poder de processamento dos hardwares, o aumento da capacidade gráfica, a expansão da internet e da banda larga móvel expandiram significativamente o mercado, permitindo o surgimento de jogos online, que interconectam pessoas no mundo todo. Os smartphones também abriram novas possibilidades de uso dos Jogos Digitais, antes restritos aos consoles, e permitiram a incorporação de milhões de jogadores de diferentes perfis etários e sociais. Os avanços tecnológicos também abriram espaço para desenvolvedores independentes e/ou pequenas empresas, as quais podem distribuir seus produtos virtualmente, via download ou streaming 2. Tais avanços também modificaram os modelos de negócio, criando diversas possibilidades de geração de receita, como por meio de publicidade, venda de produtos, itens virtuais e serviços que dão acesso a opções avançadas, como special membership (programas de assinatura, adesão e filiação diferenciados) e DLCs (downloadable content, conteúdo extraordinário para download, que dá acesso a opções avançadas, personalizadas ou exclusivas de cada jogo)”. FLEURY, Afonso; SAKUDA, Luiz Ojima; CORDEIRO, José Henrique Dell Osso. (Coord.) *Mapeamento da indústria brasileira e global: jogos digitais*. Pesquisa do GEDIGames, NPGT, Escola Politécnica da USP para o São Paulo: BNDES, 2014. Disponível em: <http://www.abragames.org/uploads/5/6/8/0/56805537/mapeamento_da_industria_brasileira_e_global_de_jogos_digitais.pdf>.

²⁷ Sobre a nova economia, Meroe destaca que ela “[...] valoriza cada vez mais os chamados bens intangíveis (informação, ideias, conhecimento e produção intelectual) o que dá vazão às organizações repensarem seus modelos de negócio, adaptando-os conforme as exigências da nova dinâmica econômica”. (MEROE, Giuliano Piccioni Silvestre de. *Dinâmica de transição da economia industrial para a economia do conhecimento e a utilização da inovação aberta no contexto brasileiro*. 2011. (Dissertação). Mestrado profissionalizante em Administração. Pontifícia Universidade Católica de São Paulo – PUC-SP, São Paulo.

²⁸ FLEURY, Afonso; SAKUDA, Luiz Ojima; CORDEIRO, José Henrique Dell Osso. (Coord.) *Mapeamento da indústria brasileira e global: jogos digitais*. Pesquisa do GEDIGames, NPGT, Escola Politécnica da USP para o São Paulo: BNDES, 2014. Disponível em: <http://www.abragames.org/uploads/5/6/8/0/56805537/mapeamento_da_industria_brasileira_e_global_de_jogos_digitais.pdf>.

²⁹ FLEURY, Afonso; SAKUDA, Luiz Ojima; CORDEIRO, José Henrique Dell Osso. (Coord.) *Mapeamento da indústria brasileira e global: jogos digitais*. Pesquisa do GEDIGames, NPGT, Escola Politécnica da USP para o São Paulo: BNDES, 2014. Disponível em: <http://www.abragames.org/uploads/5/6/8/0/56805537/mapeamento_da_industria_brasileira_e_global_de_jogos_digitais.pdf>.

³⁰ NEUMAYR, Rafael; FALCAO, Stéfano. *Produção de jogos eletrônicos: análise de aspectos jurídicos do edital da ANCINE*

Isso porque a concepção de jogos digitais se dá por meio

[...] de atividades criativas e técnicas, que demandam e produzem novas tecnologias. Tais atividades são responsáveis pela geração de novos produtos e serviços, processos produtivos e de distribuição, que transbordam para atividades em outras empresas e organizações dentro e fora do setor, produzindo, assim, externalidades para o conjunto da Economia. Importantes avanços tecnológicos têm contribuído recentemente com a mudança da IJD, seus modelos de negócios, sua audiência e sua visibilidade.³¹

Então, além de ser considerados atividade criativa, os jogos online também podem assumir papel de atividade artística, eis que

[...] dependem de pessoal altamente qualificado para sua produção. Conhecimentos técnicos e artísticos precisam interagir no desenvolvimento de sistemas altamente complexos. Um estudo sobre o setor no Reino Unido revela que o setor necessita de equipes multidisciplinares que “Combinem a mais alta sofisticação tecnológica com criatividade e conhecimento de arte: são programadores de computação, engenheiros de software, artistas, animadores, designers, roteiristas e designers, compositores de música, uma mão de obra internacionalizada, 77% com graduação e 33% com pós graduação, que recebe elevados salários.”³²

E mesmo com esses dados tão importantes, essa atividade ainda precisa superar preconceitos, pois muitos ainda entendem que se trata de brincadeira restrita a crianças e adolescentes ou que não passa de algo que faz com que aquelas percam horas de estudos e atividades consideradas “mais salutaras ao seu desenvolvimento” ou pior, que apenas estimulam a violência, agressividade e perversidade.

É preciso quebrar esse paradigma para assumir que os jogos online são uma atividade econômica com elevado potencial de geração de trabalho e renda, que reflete características organizacionais específicas da economia do conhecimento “[...] com base em ativos intangíveis, reproduzíveis a baixos custos marginais, com grande modularidade, flexibilidade produtiva e oportunidades de aproveitamento de economias de escala da demanda e economias de escopo na oferta (jogos, livros, filmes, brinquedos, etc.)”.³³

Eles também são artefatos tecnológicos que podem auxiliar a ciência, a tecnologia, inovação, atividades de pesquisa e desenvolvimento, as relações Universidade-Empresa, a difusão de novas tecnologias, a transferência de tecnologias, os padrões técnicos e a propriedade intelectual (averbada nos *copyrights*, patentes, modelos etc.), além de serem artefatos culturais, pois

[...] possuem um elevado potencial de mobilização social e cognitiva, levando em consideração questões socioculturais, tais como o uso a promoção e a valorização da cultura local e da cultura nacional, bem como a

(Cartilha). 1ª versão. São Paulo: ABRAGAMES, 2016. Disponível em: <http://www.abragames.org/uploads/5/6/8/0/56805537/cartilha_prodav_14_-_jogos_eletr%C3%B4nicos.pdf>.

³¹ FLEURY, Afonso; SAKUDA, Luiz Ojima; CORDEIRO, José Henrique Dell Osso. (Coord.) Mapeamento da indústria brasileira e global: jogos digitais. Pesquisa do GEDIGames, NPGT, Escola Politécnica da USP para o São Paulo: BNDES, 2014. Disponível em: <http://www.abragames.org/uploads/5/6/8/0/56805537/mapeamento_da_industria_brasileira_e_global_de_jogos_digitais.pdf>.

³² FLEURY, Afonso; SAKUDA, Luiz Ojima; CORDEIRO, José Henrique Dell Osso. (Coord.) Mapeamento da indústria brasileira e global: jogos digitais. Pesquisa do GEDIGames, NPGT, Escola Politécnica da USP para o São Paulo: BNDES, 2014. Disponível em: <http://www.abragames.org/uploads/5/6/8/0/56805537/mapeamento_da_industria_brasileira_e_global_de_jogos_digitais.pdf>.

³³ FLEURY, Afonso; SAKUDA, Luiz Ojima; CORDEIRO, José Henrique Dell Osso. (Coord.) Proposição de políticas públicas direcionadas à indústria brasileira de jogos digitais. Pesquisa do GEDIGames, NPGT, Escola Politécnica da USP para o São Paulo: BNDES, 2014. Disponível em: <http://www.abragames.org/uploads/5/6/8/0/56805537/preposicao_de_politicas_publicas_direcionadas_a_industria_brasileira_de_jogos_digitais.pdf>.

educação e os treinamentos técnicos e profissionais, a mobilização social, a melhoria do quociente cognitivo nos usuários, a saúde (sendo utilizados, por exemplo, na terapia ocupacional, na psicoterapia, na fisioterapia, entre outros), além do fortalecimento da democracia e da participação cívica, do desenvolvimento e da instrumentalização das técnicas e táticas de defesa, por meio de simuladores militares, dentre tantas outras utilizações.³⁴

A despeito das barreiras, os jogos online passaram, portanto, a fazer parte da economia do conhecimento, tão típica da chamada pós-modernidade³⁵ e como tal, devem merecer o cuidado e importância que esse papel reclama:

O termo economia do conhecimento ou economia baseada em conhecimento (knowledge-based economy) pode ser definido como ‘uma economia onde a criação e uso do conhecimento são o aspecto central das decisões e do crescimento económico’ (OCDE, 1998), isto é, trata-se de uma economia onde os bens e serviços produzidos e consumidos são crescentemente intangíveis, na medida em que cada vez mais intensivos em tecnologia e conhecimento.³⁶

Isso se dá porque esse novo modelo de organização das sociedades assenta-se num modo de desenvolvimento social e econômico em que a informação, como meio de criação de conhecimento, desempenha um papel fundamental na produção de riqueza e na contribuição para o bem-estar e qualidade de vida das pessoas.

Isso porque, como reforça Meroe, as mudanças do cenário econômico,

[...] ensejadas com o advento das tecnologias de informação, e impulsionadas pela aceleração do ritmo da inovação tecnológica, na chamada economia do conhecimento, colocam o conhecimento como um elemento determinante para o sucesso das organizações, também nos princípios do século XXI.³⁷

Nesse panorama, a geração de riquezas e a criação de empregos vem se tornando um desafio cada vez maior para os Estados, em especial para os que não conseguiram incorporar essa inovação tecnológica como prática de desenvolvimento, que não é o caso do Brasil. Aqui, cada vez mais se consolida a economia baseada no conhecimento, com novas mídias e novos produtos ou processos digitais incorporados ao cotidiano.

Quanto a terminologia – tão própria dessa área –, é preciso que se trace alguns esclarecimentos prévios, a fim de fazer com que as ideias deste texto sejam melhor compreendidas. Inicia-se, então, pelos protagonistas da relação jurídica ora analisada: o desenvolvedor e o jogador.

³⁴ FLEURY, Afonso; SAKUDA, Luiz Ojima; CORDEIRO, José Henrique Dell Osso. (Coord.) Proposição de políticas públicas direcionadas à indústria brasileira de jogos digitais. Pesquisa do GEDIGames, NPGT, Escola Politécnica da USP para o São Paulo: BNDES, 2014. Disponível em: <http://www.abragames.org/uploads/5/6/8/0/56805537/preposicao_de_politicas_publicas_direcionadas_a_industria_brasileira_de_jogos_digitais.pdf>.

³⁵ “Estamos agora passando da fase ‘sólida’ da modernidade para a fase ‘fluída’. E os ‘fluídos’ são assim chamados porque não conseguem manter a forma por muito tempo e, a menos que sejam derramados num recipiente apertado, continuam mudando de forma sob a influência até mesmo das menores forças”. BAUMAN, Zygmunt. *Identidade: Entrevista a Benedetto Vecchi*. Tradução de Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005. p. 55.

³⁶ LEITE, Antônio Nogueira, ALBUQUERQUE, Ana Barreto e LEAL, Maria João. *Economia do conhecimento: empresas*. Disponível em: <http://www.spi.pt/colecao_economiadoconhecimento/documentos/manuais_PDF/Manual_V.pdf>. (destaques do original).

³⁷ MEROE, Giuliano Piccioni Silvestre de. *Dinâmica de transição da economia industrial para a economia do conhecimento e a utilização da inovação aberta no contexto brasileiro*, MEROE, Giuliano Piccioni Silvestre de. *Dinâmica de transição da economia industrial para a economia do conhecimento e a utilização da inovação aberta no contexto brasileiro*. 2011. (Dissertação). Mestrado profissionalizante em Administração. Pontifícia Universidade Católica de São Paulo – PUC-SP, São Paulo.

O desenvolvedor é o fornecedor do serviço, no caso aquela pessoa (em regra) jurídica que disponibiliza aos usuários a possibilidade de jogar:

Desenvolvedor: [t. en: *Developer*] Designa a pessoa ou o Estúdio que desenvolve o jogo. Também designa uma profissão ou habilidade emergente: o sujeito com habilidades e competência para ser considerado desenvolvedor de jogos – objetivo de todo o sujeito considerado indie [...]. Associado a este conceito temos o de estúdio desenvolvedor, que é o estúdio que controla o desenvolvimento como um todo do jogo, reunindo sob sua responsabilidade, todas as demais partes componentes. Sob sua tutela e responsabilidade (inclusive contratual) todos os demais estúdios participantes (arte, captura de movimento, animação, som e localização, etc.).³⁸ (destaques no original).

Na outra ponta da mesma relação está o jogador, ou gamer:

Gamer [t. en: *Gamer*] Corruptela de game, no sentido de jogador, sujeito que joga um jogo digital. De uso corrente na fala e em alguns textos, mas não dicionarizado ainda na língua portuguesa.

Jogador [t. en: *Gamer*] O sujeito que joga o jogo digital; também designando um grupo de sujeitos que se dedicam a jogar um jogo digital, formando uma guilda ou um clube de *gamers*.³⁹ (destaques no original).

Ainda importa efetuar uma última diferenciação: entre jogos online e jogos digitais.

Jogos Digitais [t. en: *Games*] Os Jogos Digitais é a definição adotada pelo MEC e pelo Governo Federal. Os chamados games são traduzidos no Brasil como videogames, devido ao seu uso da televisão junto aos Consoles. Em Portugal a tradução de games é videojogo. A decisão do MEC parece ser, apesar de tudo a mais coerente, dado que todos os games são necessariamente digitais na sua base computacional. Entretanto não se deve censurar, de modo algum, os usos de videogame e mesmo game para jogo digital, dado que ambos os termos estão dicionarizados na língua portuguesa.⁴⁰

No entanto, há que se considerar que nessa categoria também se incluíam os jogos que podem ser jogados sem acesso à internet, por meio de cartuchos, DVDs ou, até mesmo, downloads, que, nesta última categoria, por mais que necessite de acesso à internet para ser feito, pode ser, posteriormente, jogados sem necessidade de acesso. O download é, basicamente, “Termo técnico que significa baixar algo da Web para o seu computador ou dispositivo computacional. Ele se encontra dicionarizado na língua portuguesa – um anglicismo”.⁴¹ Já o termo jogo online (terminologia que se optou por utilizar nesse texto) é mais específico, e quer significar:

Jogo online [t.en: *Game on-line*] O termo *online* já foi dicionarizado e significa na rede, na Internet, na WEB – o *online* tange a ideia de em tempo real, mas nem sempre esta promessa é garantida. Quando dizemos um jogo online, queremos dizer que o jogo está na Web e utilizamos a um *site* (ou ao jogo na Web) ou cliente [...] para jogá-lo. O termo abrange inúmeras situações – estar online em um jogo pode também significar que estou jo-

³⁸ FLEURY, Afonso; SAKUDA, Luiz Ojima; CORDEIRO, José Henrique Dell Osso. (Coord.). 1º. Censo da indústria brasileira de jogos digitais. Pesquisa do GEDIGames, NPGT, Escola Politécnica da USP para o São Paulo: BNDES, 2014. Disponível em: <http://www.abragames.org/uploads/5/6/8/0/56805537/i_censo_da_industria_brasileira_de_jogos_digitais.pdf>.

³⁹ FLEURY, Afonso; SAKUDA, Luiz Ojima; CORDEIRO, José Henrique Dell Osso. (Coord.). 1º. Censo da indústria brasileira de jogos digitais. Pesquisa do GEDIGames, NPGT, Escola Politécnica da USP para o São Paulo: BNDES, 2014. Disponível em: <http://www.abragames.org/uploads/5/6/8/0/56805537/i_censo_da_industria_brasileira_de_jogos_digitais.pdf>.

⁴⁰ FLEURY, Afonso; SAKUDA, Luiz Ojima; CORDEIRO, José Henrique Dell Osso. (Coord.). 1º. Censo da indústria brasileira de jogos digitais. Pesquisa do GEDIGames, NPGT, Escola Politécnica da USP para o São Paulo: BNDES, 2014. Disponível em: <http://www.abragames.org/uploads/5/6/8/0/56805537/i_censo_da_industria_brasileira_de_jogos_digitais.pdf>.

⁴¹ FLEURY, Afonso; SAKUDA, Luiz Ojima; CORDEIRO, José Henrique Dell Osso. (Coord.). 1º. Censo da indústria brasileira de jogos digitais. Pesquisa do GEDIGames, NPGT, Escola Politécnica da USP para o São Paulo: BNDES, 2014. Disponível em: <http://www.abragames.org/uploads/5/6/8/0/56805537/i_censo_da_industria_brasileira_de_jogos_digitais.pdf>.

gando o jogo no modo *Stand-alone* (na minha máquina), mas conectado online (na rede), em tempo real, com meus companheiros de jogo, em um jogo multijogador – daí o termo MMORPG, jogos de RPG *online* com multijogadores. (Jogo na Web).⁴²

Assim, pelos significados acima citados, poder-se-ia utilizar qualquer uma das terminologias para querer dizer que se trata de jogo que, para ser jogado, precisa de uma base computacional. Nesse texto, como dito, optou-se pela terminologia jogos *online*, para não haver qualquer dúvida de que se trata dos jogos disponibilizados e que só podem ser jogados via web.

Há, finalmente, quanto a esse aspecto conceitual, que se informar que uma sigla mostra-se importante quanto aos jogos online que se analisará na sequência: RPG. Trata-se da sigla de *Role Playing Game*, e significa,

[...] um jogo de interpretação de papéis [...], que consiste em unir conceitos teatrais com as regras de um jogo, onde jogadores interpretam e controlam personagens fictícios, ou seja no comando de personagens. Em cada jogo RPG há um tem específico, que podem ser épocas diferentes, embora geralmente representem as eras medievais, ou há aqueles que partem para temas mais atuais.⁴³

Além do RPG, que é um dos vários gêneros de jogos online, há, também, outra sigla referente a outro gênero, com enorme destaque para tal análise: MOBA. A sigla refere-se à *Multiplayer Online Battle Arena*, gênero, inclusive, no qual se encaixa o mencionado League of Legends, e significa, “arena de Batalha Multijogador Online [t.en: MOBA (*Multiplayer Online Battle Arena*)] São jogos do tipo multijogador nos quais os jogadores participam de batalhas em arenas especialmente preparadas para os combates”.⁴⁴

Esses esclarecimentos se fazem importantes não somente para melhor compreensão desse assunto, mas também porque os termos de uso/contratos que serão (analisados na sequência) são afetos a essa metodologia, segundo a qual as pessoas assumem no mundo virtual um avatar⁴⁵ de si próprios, a fim de participar dos jogos *online*.

Da perfectibilização da relação contratual “desenvolvedor versus jogador”

É importante informar que para que alguém possa jogar online, primeiramente é preciso que acesse o site apropriado para a criação da conta (site que, geralmente, é mantido pela mesma empresa desenvolvedora do respectivo jogo). Todavia, também impera acrescentar que em algumas exceções, um determinado

⁴² FLEURY, Afonso; SAKUDA, Luiz Ojima; CORDEIRO, José Henrique Dell Osso. (Coord.). 1º. Censo da indústria brasileira de jogos digitais. Pesquisa do GEDIGames, NPGT, Escola Politécnica da USP para o São Paulo: BNDES, 2014. Disponível em: <http://www.abragames.org/uploads/5/6/8/0/56805537/i_censo_da_industria_brasileira_de_jogos_digitais.pdf>.

⁴³ CARVALHO, Felipe Marcelo Gonzaga. Administração em jogos online: RPG/MMORPG: MU. São Paulo: Luiz Vicente Macieira Costa, 2013. p. 17.

⁴⁴ FLEURY, Afonso; SAKUDA, Luiz Ojima; CORDEIRO, José Henrique Dell Osso. (Coord.). 1º. Censo da indústria brasileira de jogos digitais. Pesquisa do GEDIGames, NPGT, Escola Politécnica da USP para o São Paulo: BNDES, 2014. Disponível em: <http://www.abragames.org/uploads/5/6/8/0/56805537/i_censo_da_industria_brasileira_de_jogos_digitais.pdf>.

⁴⁵ Avatar é uma representação visual de si mesmo que se usa para interagir com outros usuários no ambiente virtual. É frequentemente uma representação tridimensional e tipicamente humanoide com braços, pernas e cabeça nos mesmos lugares que as pessoas. O termo vem da filosofia hindu, em que “avatar” é uma manifestação física de um ser elevado no mundo real. No mundo virtual: o “ser elevado” é o usuário; o avatar é a sua manifestação digital no mundo virtual. (DURANSKE, Benjamin Tyson. Virtual law: navigating the legal landscape of virtual worlds. Chicago: American Bar Association, 2008. p. 7).

site terceiro apenas disponibiliza e fica responsável pela criação das contas de jogos cuja matriz fica alocada em país estrangeiro.

Bem, criada a conta, num segundo momento o interessado deverá informar os seus dados pessoais, tais como e-mail e endereço de residência, senhas de acesso, além de nomear seu avatar e outras informações específicas de cada jogo, como, em alguns casos, em qual servidor e sua respectiva localidade deseja jogar e dados de segurança para recuperação da conta.

Finalizadas essas etapas, o indivíduo é obrigado a aceitar os termos de uso impostos pelo desenvolvedor, uma vez que caso não os aceite, não será possível criar a conta. Somente a partir disso é que se pode afirmar que se consolida, juridicamente, a contratação.

A partir desse momento, o negócio jurídico passa a interessar ao Direito e, portanto, merece análise de algumas de suas cláusulas e também de suas consequências na ordem jurídica, o que adiante se fará.

Como já informado alhures, três termos foram analisados nesta investigação, sendo: o Termo de Uso da Riot Games®, desenvolvedora do jogo mais jogado do mundo, o League of Legends; o Contrato de Licença de Usuário Final da Blizzard®, idealizadora de diversos jogos, sendo um deles o World of Warcraft, atualmente o segundo mais jogado; e o Contrato de Licença de Usuário Final estabelecido pela Hi-Rez®, que desenvolveu o Smite, jogo do mesmo gênero que League of Legends, porém, com uma quantidade de jogadores diferente.

Da análise dos termos de uso/contratos de contas de jogos eletrônicos online

Inicialmente, cabe destacar que no Brasil a legislação acerca do assunto é inexistente, ao contrário de alguns países, que já se preocuparam com o tema.⁴⁶ Isso tudo, a despeito dos milhares de usuários/jogadores que são adeptos da prática e também dos milhares de reais que circulam em razão dessa atividade.

No entanto, não resta qualquer dúvida que os termos de uso impostos pelos desenvolvedores guardam, inequivocamente, a face jurídica negocial (dois termos, inclusive, são nominados pelas próprias desenvolvedoras, como “Contratos” e não apenas como Termos de Uso – são elas, a Hi-Rez® e a Blizzard®).

Assim, mesmo não sendo nominados de “Contratos” por todas as desenvolvedoras, trata-se, sim, de negócios jurídicos, podendo-se afirmar isso em razão da própria conceituação de contrato eletrônico.⁴⁷

Isso porque, pela sua natureza, para essa espécie não ocorra ampla negociação entre os seus

⁴⁶ “Hoje, os jogos de online encontram-se regulamentados em França no artigo 46º da Lei nº2010-476, de 12 de Maio de 2010, relativa à abertura à concorrência e à regulação do sector dos jogos de fortuna e de azar online, que entrou imediatamente em vigor. O executivo francês fundamenta o enquadramento legal do jogo com preocupações de garantir a ordem e segurança públicas, de natureza social, de protecção da saúde e dos menores. Neste contexto, prevê-se, nomeadamente, disposições contra o que designam o jogo excessivo ou patológico e contra os sites ilegais de jogos a dinheiro”. (FRANÇA: leis e regulação do jogo e apostas online. Apostas X: futebol e apostas online. 12 de novembro de 2011. Disponível em: <http://apostax.blogspot.com/2011/11/franca-leis-e-regulacao-do-jogo-e.html#ixzz4sNKbpWHT>.

⁴⁷ “Contrato eletrônico é um acordo de vontades que utiliza um meio eletrônico de manifestação, na maioria das vezes consiste na aceitação de uma oferta pública, disponibilizada via Internet [...]. É a aceitação que aperfeiçoa a contratação entre as partes, obrigando-as ao cumprimento do acordo”. (SALGARELLI, Kelly Cristina. Direito do consumidor no comércio eletrônico: uma abordagem sobre a confiança e boa-fé. São Paulo: Ícone, 2010. p. 63).

protagonistas, restam presentes todos os requisitos mínimos de uma contratação qualquer, tais como os sujeitos, o objeto e o liame jurídico das partes em torno de um bem da vida. Presentes encontram-se, ainda, um instrumento que formaliza o pacto,⁴⁸ a prestação e a contraprestação (mesmo no caso de jogos gratuitos, ainda assim há que se considerar que o desenvolvedor auferir lucros com os acessos e publicidade etc, assumindo o papel de destinatário das vantagens de sua atividade). Nessa linha:

É conveniente notar que o fato de o serviço ser gratuito não retira a responsabilidade do prestador. A sabedoria popular diz que não existe almoço grátis. Esse é o caso. Apesar de não ter cobrado do usuário da Internet qualquer valor, o prestador do serviço se remunera de alguma forma. Normalmente da venda de publicidade e, às vezes, do próprio cadastro do cliente.⁴⁹

Além da inequívoca faceta negocial, também é inegável a natureza consumerista desses ajustes, eis que os jogadores nada mais são que consumidores finais do serviço/produto que é oferecido pelo desenvolvedor, encaixando-se perfeitamente no conceito de contrato de consumo (os termos contêm a expressão “usuário final”, inclusive), que é definido como “[...] aquele em que figura num os polos um fornecedor; no outro um consumidor e tem por objeto o fornecimento de produtos e serviços”.⁵⁰

E por assim serem considerados, esses pactos merecem todo o albergue conferido ao vulnerável dado pelo Código de Defesa do Consumidor, como explica Liliana Minardi Paesani, o “[...] Código de Defesa do Consumidor (Lei no. 8.078/90 veio para equilibrar situações, desestimulando o fornecedor de condutas desleais ou abusivas e o consumidor de aproveitar-se do regime do código para reclamar infundadamente pretensos direitos a ele conferidos”.⁵¹

Somado a isso o artigo 2º, V da Lei no. 12.965, de 23 de abril de 2014 – o Marco Civil da Internet⁵² – que trata sobre o uso da internet no Brasil, tem como fundamento o respeito à defesa do consumidor.

Ademais, por não permitirem livre e paritária negociação entre as partes, esses termos assumem ainda a natureza de contratos de adesão.⁵³ Assim sendo, para essa espécie, além da aplicação da axiologia

⁴⁸ São características essenciais dos documentos eletrônicos a escrita binária, o armazenamento em suporte informático e a exigência da leitura da linguagem binária por um programa informático”. (SCHERKERKEWITZ, Iso Chaitz. Direito e internet. São Paulo: RT, 2014. p. 65).

⁴⁹ SCHERKERKEWITZ, Iso Chaitz. Direito e internet. São Paulo: RT, 2014. p. 160.

⁵⁰ CAVALIERI FILHO, Sergio. Programa de direito do consumidor. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2014. p. 224.

⁵¹ PAESANI, Liliana Minardi. Direito de informática: comercialização e desenvolvimento internacional do software. 9. ed. São Paulo: Atlas, 2014. p. 82-3.

⁵² Art. 2º, MCI. A disciplina do uso da internet no Brasil tem como fundamento o respeito à liberdade de expressão, bem como: [...] V - a livre iniciativa, a livre concorrência e a defesa do consumidor; [...].

⁵³ Assim entendidos em quase todo o globo, v.g., nos Estados Unidos: “*virtual world providers articulate whatever protections exist in two documents that stand as a form of ‘law’ in virtual worlds – the End User License Agreement (EULA) and Terms of Service (TOS; also sometimes referred to as the Terms of Use or TOU). Virtual world providers require each user to agree to one or both of these documents either when the user initially installs a virtual world client or, in some cases, every time the user accesses the virtual world. Many provisions in these agreements are standard terms that have been found enforceable in other contexts, and most – though not all – existing provisions in these documents seem likely to be deemed enforceable, going forward. Though generally enforceable, these agreements are subject to a fair amount of scrutiny, and particular clauses are potentially susceptible to the argument that they are unconscionable in context. This is partly because these agreements are contracts of adhesion.*”. Em tradução livre dos autores: Os provedores mundiais virtuais articulam todas as proteções existentes em dois documentos que representam uma forma de “lei” em mundos virtuais - o Contrato de Licença de Usuário Final (CLUF) e os Termos de Serviço (TS, também às vezes denominados Termos de Uso ou TDU) . Os provedores virtuais exigem que cada usuário aceite um ou ambos esses documentos, quando o usuário inicialmente instala um cliente virtual ou, em alguns casos, toda vez que o usuário acessa o mundo virtual. Muitas provisões nestes acordos são termos padrão que foram encontrados executáveis em outros contextos, e a maioria - embora não todas - as disposições existentes nesses documentos parecem ser consideradas executáveis.

obrigacional ordinária, ainda deve-se utilizar, de modo específico, o aporte legislativo consumerista, subsumindo-se no que dita o seu artigo 54,⁵⁴ vez que não há a possibilidade do consumidor discutir ou modificar o conteúdo de suas cláusulas, pois dizem respeito “aqueles que não resultam do livre debate entre as partes, mas provêm do fato de uma delas aceitar tacitamente as cláusulas e condições previamente estabelecidas pela outra”.⁵⁵

Veja-se o teor de um dos termos:

A licença de uso pessoal e limitado concedida a você na Seção 3 está sujeita às seguintes restrições e limitações, assim como todos os outros termos e condições deste Contrato (coletivamente, as “Limitações de Licença”). [...] Este Contrato constitui e contém todo o acordo entre as partes com relação ao assunto aqui tratado e substitui todos os acordos orais ou escritos anteriores; desde que, no entanto, o presente Contrato coexista com, e não substitua, os Termos de Uso. Na medida em que as disposições do presente Contrato entrem em conflito com as disposições dos Termos de Uso, as disposições conflitantes contidas nos Termos de Uso prevalecerão. As provisões das Seções 4, 6, 8, 11 e 14 a 19 devem sobreviver ao término deste Contrato por qualquer motivo. Se qualquer disposição deste Contrato for considerada inexecutável, essa disposição deverá ser suprimida e o restante do Contrato permanecerá em pleno vigor e efeito.⁵⁶

E considerados dessa maneira, os contratos da espécie em análise, haja vista a inequívoca vulnerabilidade do usuário-consumidor em questão,⁵⁷ devem ter a sua exegese de modo bastante cuidadoso, como ressaltam Salgarelli e Lorenzetti quando comentam acerca da interpretação desses tipos contratuais:

As regras sobre consentimento e formação dos contratos eletrônicos, quando aplicadas a contratos de consumo, não podem ser generalizadas e devem ser analisadas à luz do Direito do Consumidor, eis que as partes se relacionam, via de regra, sob condições de adesão, sobre a base da aparência e confiança, sem vontade consensual ou explícita. [...] São características comuns, no entanto, a publicação do teor do contrato no site e a possibilidade de aceitar o conteúdo contratual com um simples *click*, vinculando as partes à consecução satisfatória.⁵⁸

No que pertine a esse ponto, então, a declaração expressa de vontade que forma o consentimento se

Embora geralmente executáveis, esses acordos estão sujeitos a uma quantidade razoável de escrutínio, e cláusulas particulares são potencialmente suscetíveis ao argumento de que são inconcebíveis no contexto. Isto é em parte porque estes acordos são contratos de adesão. (DURANSKE, Benjamin Tyson. *Virtual law: navigating the legal landscape of virtual worlds*. Chicago: American Bar Association, 2008. p. 27).

⁵⁴ Art. 54, CDC. Contrato de adesão é aquele cujas cláusulas tenham sido aprovadas pela autoridade competente ou estabelecidas unilateralmente pelo fornecedor de produtos ou serviços, sem que o consumidor possa discutir ou modificar substancialmente seu conteúdo. § 1. A inserção de cláusula no formulário não desfigura a natureza de adesão do contrato. § 2. Nos contratos de adesão admite-se cláusula resolutória, desde que a alternativa, cabendo a escolha ao consumidor, ressaltando-se o disposto no § 2º do artigo anterior. § 3º Os contratos de adesão escritos serão redigidos em termos claros e com caracteres ostensivos e legíveis, de modo a facilitar sua compreensão pelo consumidor. § 3. Os contratos de adesão escritos serão redigidos em termos claros e com caracteres ostensivos e legíveis, cujo tamanho da fonte não será inferior ao corpo doze, de modo a facilitar sua compreensão pelo consumidor. § 4. As cláusulas que implicarem limitação de direito do consumidor deverão ser redigidas com destaque, permitindo sua imediata e fácil compreensão. § 5º (Vetado).

⁵⁵ PEREIRA, Caio Mário de Silva. Instituições de direito civil: Contratos. v. III. Rio de Janeiro: Forense, 1983. p. 50-53.

⁵⁶ SMITE. Termos do contrato. Disponível em: <<https://web2.hirez.com/hirez-studios/wp-content/uploads/2015/11/SMITE-End-User-License-Agreement-POR-2016-08-15.pdf>>

⁵⁷ “A vulnerabilidade do consumidor, fenômeno clássico de proteção, é agigantada quando aplicada à contratação por meio eletrônico. Isto porque a oferta, causadora da compra de maneira desenfreada e irracional, coloca o consumidor diante de inúmeras vantagens na aquisição do produto ou serviço”. (SALGARELLI, Kelly Cristina. Direito do consumidor no comércio eletrônico: uma abordagem sobre a confiança e boa-fé. São Paulo: Ícone, 2010. p. 111).

⁵⁸ SALGARELLI, Kelly Cristina. Direito do consumidor no comércio eletrônico: uma abordagem sobre a confiança e boa-fé. São Paulo: Ícone, 2010. p. 73 e 74. No mesmo sentido: LORENZETTI, Ricardo L. Comercio eletrônico. Tradução de Fabiano Menke. São Paulo: RT, 2004. p. 360.

dá “[...] quando o usuário clicar ‘enter’ sobre o comando ‘aceito’ ou ‘comprar’”.⁵⁹

Quanto aos termos/contratos analisados na investigação, a primeira questão a se dar relevo é que, apesar de todos os desenvolvedores oferecerem os termos de uso para o usuário ler, ironicamente ele não faz por conta das letras pequenas, textos grandes e dos botões simples e alarmantes. Inicialmente, então, fere-se o princípio da informação,⁶⁰ tão salutar para o bom desenvolvimento das relações jurídicas atuais. De fato, a maioria dos usuários não lê o contrato no afã de aceitá-lo, como mostra uma pesquisa feita por Rainer Böhme, da Universidade de Berkley, e Stefan Köpsell, da Universidade Técnica de Dresden.⁶¹ Outra prova cabal disto aconteceu em 2005, quando um usuário descobriu no meio das cláusulas um prêmio de mil dólares ofertados pela empresa de softwares PC Pitstop®. Ocorre que foram precisos 5 meses e 3 mil cadastros para que alguém percebesse essa brincadeira.⁶²

O segundo ponto importante em comum nos termos de uso analisados (Riot Games®,⁶³ Blizzard®⁶⁴ e Hi-Rez®⁶⁵) é a afirmativa de que caso o consumidor não esteja de acordo com os termos propostos no contrato ele estará impossibilitado de utilizar os serviços oferecidos pela empresa.

A título meramente ilustrativo, transcreve-se o preâmbulo do Termo de Uso da Riot Games, Inc.®, desenvolvedora do jogo online League of Legends, sendo que os demais contêm estipulação semelhante em seus respectivos Termos:

Por favor, leia cuidadosamente estes termos de uso (este ‘termo’). Ao clicar no botão ‘aceito’ abaixo, ou ao participar do jogo ou usar os diversos websites da Riot Games nos quais este termo é exibido, incluindo, mas não limitado a, <http://br.leagueoflegends.com> e suas páginas da web relacionadas (individualmente e coletivamente, o ‘site’), você concorda que este termo é válido como qualquer contrato escrito assinado por você. Caso não concorde com todos os itens deste termo, clique no botão que indica que você não concorda em aceitar este termo e que não participará do jogo ou usará o site. (destaque dos autores).⁶⁶

Em respeito a isso, é certo que dentro da esfera de autonomia da vontade da empresa desenvolvedora (fornecedora do procurso/serviço), é possível que ela restrinja às suas condições, o uso do que oferta. Nesse aspecto, não há muito que ser feito, salvo se o que o fosse oferecido por essas empresas fosse exclusivo ou de primeira necessidade, o que não incide em quaisquer dos casos.

Urge ressaltar, ainda, que muitos dos termos impostos – os quais na maioria das vezes sequer são lidos pelos usuários – restringem uma série de seus direitos, limitando-os ou excluindo-os, embora digam respeito e sejam correspondentes à expertise de cada um, fato que gerará um volume maior ou menor na conta.

⁵⁹ SCHERKERKEWITZ, Iso Chaitz. Direito e internet. São Paulo: RT, 2014. p. 83.

⁶⁰ Insculpido, principalmente, no artigo 6º, do CDC, que prescreve: “São direitos básicos do consumidor: [...] III - a informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade, tributos incidentes e preço, bem como sobre os riscos que apresentem; [...]”. (grifamos).

⁶¹ TECMUNDO. Contrato de licença: concordou e não leu, sua alma você vendeu. Disponível em: <<https://www.tecmundo.com.br/consumidor/10206-contrato-de-licenca-concordou-e-nao-leu-sua-alma-voce-vendeu.htm>>.

⁶² SUPERINTERESSANTE. Não li e concordo. Disponível em: <<http://super.abril.com.br/tecnologia/nao-li-e-concordo/>>.

⁶³ LEAGUE OF LEGENDS. Termos de uso. Disponível em: <<http://br.leagueoflegends.com/pt/legal/termsfuse>>.

⁶⁴ BLIZZARD. Contrato de licença de usuário final do Battle.net®. Disponível em: <<http://us.blizzard.com/pt-br/company/legal/eula.html>>.

⁶⁵ SMITE. Termos do contrato. Disponível em: <<https://web2.hirez.com/hirez-studios/wp-content/uploads/2015/11/SMITE-End-User-License-Agreement-POR-2016-08-15.pdf>>.

⁶⁶ LEAGUE OF LEGENDS. Termos de uso. Disponível em: <<http://br.leagueoflegends.com/pt/legal/termsfuse>>

Muitos desses usuários têm falsas impressões sobre sua conta, em especial no que se trata sobre a propriedade, tendo em vista o (falso) entendimento de que lhes é garantida, também, a propriedade sobre a mesma, o que, conforme muitas vezes disposto nas cláusulas dos termos, não condiz com a realidade, v.g.:

Não obstante qualquer disposição em contrário neste documento, você reconhece e concorda que não terá nenhum direito de propriedade ou outro interesse de propriedade em relação à sua conta, e você reconhece e concorda que todos os direitos relacionados à conta, com exceção de suas informações pessoais, são, e serão sempre, de propriedade da Riot Games e reverterão em benefício exclusivo da Riot Games.⁶⁷

Além disso, outra cláusula de elevada importância e que é comum nos três termos impostos pelas empresas é a que trata sobre o comércio de contas.

As três empresas proíbem o comércio e a transferência desta para terceiros; além disso, todas se reservam no direito de punir o consumidor caso o faça, banindo sua conta. Também se destaca que todos os fornecedores em questão incluem no contrato que as contas de usuário não pertencem ao usuário, mas sim à empresa, independentemente de investimento aplicado àquela conta, como, por exemplo, conteúdos adicionais supracitados, como disposto no contrato da Riot Games®, cujo trecho resta alhures transcrito.

Dê-se relevo, também, ao fato de que após o aprimoramento da conta do consumidor, seja por compra de conteúdo adicional ou por desempenho dentro do próprio jogo, essas contas alcançam um valor econômico para comércio – o qual não é estimulado e nem sequer aprovado pelas empresas fornecedoras do serviço como citado anteriormente. Entretanto, o comércio ocorre mesmo assim e a valoração das contas, que é feita pelos próprios consumidores, pode chegar a cifras bastante altas.

Veja-se o teor de um dos termos:

Todas as Contas, incluindo o nome da Conta e qualquer Tags de Batalha associados a uma Conta. Qualquer uso de uma Conta deverá ser em benefício da Blizzard. A Blizzard não reconhece a transferência de Contas. É proibido comprar, vender, presentear e trocar qualquer Conta, bem como oferecer qualquer Conta para compra, venda, presente e troca, e qualquer tentativa nesse sentido será nula e poderá resultar na perda da sua Conta [...].⁶⁸

Além da intransmissibilidade das contas há, ainda, um plus: os usuários, conforme a sua expertise nos jogos, amedham saldo. Ocorre que esse saldo, embora tenha reflexo monetário,⁶⁹ somente podem ser utilizados para aquisição de produtos da própria desenvolvedora, não podem ser transferidos a qualquer título, entre outras restrições, numa inequívoca restrição de direitos do usuário/consumidor. Vide:

Saldo Blizzard: Como detentor ativo de uma Conta, você pode participar do serviço Saldo Blizzard ('Saldo Blizzard'). O Saldo Blizzard só pode ser usado para a obtenção de certos produtos e serviços oferecidos pela Blizzard; o Saldo não tem valor de dinheiro. A Blizzard concede a você uma licença limitada para adquirir, usar e resgatar o Saldo Blizzard de acordo com os termos deste Contrato. Independentemente do modo como foi adquirido, o Saldo Blizzard não é transferível para outra pessoa ou Conta, não gera juros, não é segurado por qualquer órgão

⁶⁷ LEAGUE OF LEGENDS. Termos de uso. Disponível em: <<http://br.leagueoflegends.com/pt/legal/termsofuse>>

⁶⁸ BLIZZARD. Contrato de licença de usuário final do Battle.net®. Disponível em: <<http://us.blizzard.com/pt-br/company/legal/eula.html>>.

⁶⁹ De um dos termos: "Para comprar Saldo Blizzard, acesse <https://us.battle.net/shop/pt/checkout/add-balance/p-06d6d37c-15989-0> instruções descritas na página. É possível comprar Saldo Blizzard em diferentes moedas (p. ex.: Reais, Dólares Americanos, Pesos Mexicanos, Pesos Chilenos, Pesos Argentinos etc.) para resgatar seu Saldo Blizzard em certos produtos e/ou serviços oferecidos na Plataforma". (BLIZZARD. Contrato de licença de usuário final do Battle.net®. Disponível em: <<http://us.blizzard.com/pt-br/company/legal/eula.html>> – destaque dos autores.

do governo e, salvo quando exigido por lei ou permitido por este Contrato, não é resgatável ou reembolsável por qualquer quantia de dinheiro ou valor monetário em qualquer momento. O Saldo Blizzard não constitui direitos de propriedade individual. O Saldo Blizzard não é uma conta bancária.⁷⁰

Nesse ponto em particular, há que se dar destaque ao fato de que embora a desenvolvedora propicie ao usuário/jogador o acúmulo de saldo, este saldo é resultante apenas e tão somente do talento e habilidades deste, e não de qualquer ação por parte daquela. Assim, nada mais correto que o próprio usuário usufrua das resultantes de seu talento.

Ademais, existe, ainda, a questão do direito ao arrependimento, pois, como retrata Iso Chaitz Scherkerkewitz: “Um dos maiores problemas que os consumidores enfrentam no uso da Internet para o comércio é a dificuldade em manifestar a sua vontade de se arrepender do compromisso assumido”⁷¹ e nos casos dos desenvolvedores tratados nesse estudo, esse direito é negado em alguns casos, como, por exemplo, no contrato da Riot Games®:

Você reconhece e concorda ainda que o sistema de Riot Points⁷² e os itens virtuais que adquirir não terão valor monetário e não poderão ser trocados por dinheiro. Nenhum reembolso será feito em relação à compra de Riot Points ou para itens virtuais obtidos através do uso de Riot Points.⁷³

O mesmo autor adrede citado ainda ressalta em sua obra, que “o arrependimento do consumidor dever ser manifestado ao fornecedor no prazo de sete dias, previsto no art. 49 do CDC, posto que a contratação eletrônica é essencialmente uma contratação a distância”⁷⁴

Quanto aos termos/contratos analisados, parece ser inquestionável que a regra de arrependimento prevista para o estabelecimento da relação de consumo havida fora do âmbito do fornecedor seja aplicável, entendimento que vem sendo esposado pela doutrina pátria.⁷⁵ Assim, parece ser inequívoca a abusividade de diversas das cláusulas que compõem os Termos/Contratos impostos pelas desenvolvedoras dos jogos mais populares. Assim consideradas, existe a possibilidade da descon sideração destas e diversas outras cláusulas que, inequivocamente, mostram-se abusivas, pois o que faz com que se

[...] adjetivará como abusiva, uma cláusula contratual é a possibilidade de que seus efeitos, uma vez produzidos in concreto, conduzam à inexistência congênita ou ao desaparecimento do delicado equilíbrio econômico e normativo que deve imantar toda e qualquer relação negocial.⁷⁶

Ora, nos casos analisados não se encontra qualquer resquício de equilíbrio e igualdade entre as partes no ato da negociação e muito menos no desenvolver da contratação. Esse fato, que fere de morte os princípios consumeristas e do Marco Civil da Internet, faz com que se encontre fundamento e justificativa

⁷⁰ BLIZZARD. Contrato de licença de usuário final do Battle.net®. Disponível em: <<http://us.blizzard.com/pt-br/company/legal/eula.html>>

⁷¹ SCHERKERKEWITZ, Iso Chaitz. Direito e internet. São Paulo: RT, 2014. p. 86.

⁷² Moeda virtual do jogo League of Legends utilizada para conteúdo adicional como, por exemplo, aparências de personagens. (N. dos AA.).

⁷³ LEAGUE OF LEGENDS. Termos de uso. Disponível em: <<http://br.leagueoflegends.com/pt/legal/termsfuse>>.

⁷⁴ SCHERKERKEWITZ, Iso Chaitz. Direito e internet. São Paulo: RT, 2014. p. 87.

⁷⁵ SALGARELLI, Kelly Cristina. Direito do consumidor no comércio eletrônico: uma abordagem sobre a confiança e boa-fé. São Paulo: Ícone, 2010. p. 107.

⁷⁶ CATALAN, Marcos. O direito do consumidor em movimento: diálogos com tribunais brasileiros. Canoas, RS: Ed. Unilasalle, 2017. p. 116-117.

para a desconsideração das cláusulas acima transcritas e de muitas outras que, pela necessidade de se restringir este estudo, deixou-se de trazer a lume.

Dessa maneira, mesmo se tratando de contratos privados, é possível adotar o modelo jurídico garantista no qual, conforme explicam Alfredo Copetti Neto e Ricardo Santi Fischer, “todo e qualquer poder está subordinado às normas superiores que estabelecem direitos fundamentais”.⁷⁷ Isso tudo porque as empresas desenvolvedoras, ao instalarem-se no Brasil, mesmo por intermédio de terceiras empresas, estão sujeitas às normas impostas pela Constituição, pelo Código Civil, pelo Código de Defesa do Consumidor e pelo Marco Civil da Internet.

Considerações Derradeiras

Tendo em vista os aspectos observados, conclui-se que, de fato, a relação jurídica havida entre desenvolvedoras de jogos eletrônicos online e os jogadores/usuários configura-se num liame contratual consumerista e, portanto, merece o regramento e proteção da legislação existente no Brasil.

Também se pode afirmar que não há normatização específica sobre o assunto – o que de per si, não implica dizer ser um enorme prejuízo as partes, já que o que se dispõe atualmente mostra-se num aporte bastante razoável e que oferece aos usuários relativa tutela.

Diante da proteção – inequivocamente oferecida pelo CDC e Marco Civil da Internet – o usuário/jogador pode se fazer valer da declaração de abusividade de muitas das cláusulas a si impostas de maneira desigual e em nítido exercício do poder econômico e tecnológico das desenvolvedoras.

Assim, evidencia-se a possibilidade de desconsideração de algumas cláusulas presentes nos contratos das empresas que possam ser caracterizadas como abusivas, como a que dispõe sobre as contas, dizendo que estas não pertencem ao consumidor, mas sim à empresa, o banimento por tentar comercializar saldos, a restrição ao uso dos saldos e outras, pois refletem, na prática, o abuso do direito do fornecedor e a restrição aos direitos do usuário/jogador.

Além das restrições, há que se mencionar, ainda, que sempre haverá prejuízo ao usuário/consumidor, pois mesmo que decida parar de jogar, ele tem que simplesmente abandonar a conta, já que não pode transacionar ou alienar a qualquer título as resultantes de sua conta.

Finalmente, Do ponto de vista jurisprudencial, não há, ainda, casos em concreto a se analisar no território nacional até porque, na grande maioria das vezes, os jogadores desconhecem seus direitos em relação às contas. Este fato, individualmente, reforça firmemente a necessidade de se continuar tratando cada vez mais aprofundadamente o tema.

⁷⁷ COPETTI NETO, Alfredo; FISCHER, Ricardo Santi. A natureza dos direitos e das garantias dos usuários de internet: Uma abordagem a partir do modelo jurídico garantista. In: LEITE, George Salomão; LEMOS, Ronaldo. Marco civil da internet. São Paulo: Atlas, 2014. p. 350.

Referências

- BAUMAN, Zygmunt. *Identidade: entrevista a Benedetto Vecchi*. Tradução de Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005.
- BLIZZARD. Contrato de licença de usuário final do Battle.net®. Disponível em: <<http://us.blizzard.com/pt-br/company/legal/eula.html>> Acesso em: 24 jul. 2017.
- BRASIL. Lei n. 8078, de 11 de setembro de 1990. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Brasília, DF. DOU de 12.9.1990 – Edição extra e retificado em 10.1.2007. Disponível em http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8078.htm. Acesso em: 7 fev. 2018.
- BRASIL. Lei no. 12.965, de 23 de abril de 2014. Estabelece princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da Internet no Brasil. Brasília, DF. DOU de 24.4.2014. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/l12965.htm. Acesso em: 10 fev. 2018.
- CARVALHO, Felipe Marcelo Gonzaga. *Administração em jogos online: RPG/MMORPG: MU*. São Paulo: Luiz Vicente Macieira Costa, 2013.
- CATALAN, Marcos. *O direito do consumidor em movimento: diálogos com tribunais brasileiros*. Canoas: Unilasalle, 2017.
- CAVALIERI FILHO, Sergio. *Programa de direito do consumidor*. 4.ed. São Paulo: Atlas, 2014.
- COPEL. 5 games online mais jogados no mundo. Disponível em: <<http://www.copeltelecom.com/site/blog/5-games-online-mais-jogados-no-mundo/>> Acesso em: 26 jul. 2017.
- COPETTI NETO, Alfredo; FISCHER, Ricardo Santi. A natureza dos direitos e das garantias dos usuários de internet: Uma abordagem a partir do modelo jurídico garantista. In: LEITE, George Salomão; LEMOS, Ronaldo. *Marco civil da internet*. São Paulo: Atlas, 2014.
- DURANSKE, Benjamin Tyson. *Virtual law: navigating the legal landscape of virtual worlds*. Chicago: American Bar Association, 2008.
- FLEURY, Afonso; SAKUDA, Luiz Ojima; CORDEIRO, José Henrique Dell Osso. (Coord.). 1º. Censo da indústria brasileira de jogos digitais. Pesquisa do GEDIGames, NPGT, Escola Politécnica da USP para o BNDES – Edição digital, São Paulo, 2014. Disponível em: http://www.abragames.org/uploads/5/6/8/0/56805537/i_censo_da_industria_brasileira_de_jogos_digitais.pdf. Acesso em: 9 jan. 2018.
- FLEURY, Afonso; SAKUDA, Luiz Ojima; CORDEIRO, José Henrique Dell Osso. (Coord.). Mapeamento da indústria brasileira e global: jogos digitais. Pesquisa do GEDIGames, NPGT, Escola Politécnica da USP para o BNDES – Edição digital, São Paulo, 2014. Disponível em: http://www.abragames.org/uploads/5/6/8/0/56805537/mapeamento_da_industria_brasileira_e_global_de_jogos_digitais.pdf. Acesso em: 8 jan. 2018.
- FLEURY, Afonso; SAKUDA, Luiz Ojima; CORDEIRO, José Henrique Dell Osso. (Coord.). Proposição de políticas públicas direcionadas à indústria brasileira de jogos digitais. Pesquisa do GEDIGames, NPGT, Escola Politécnica da USP para o BNDES – Edição digital, São Paulo, 2014. Disponível em: http://www.abragames.org/uploads/5/6/8/0/56805537/preposicao_de_politicas_publicas_direcionadas_a_industria_brasileira_de_jogos_digitais.pdf. Acesso em: 9 jan. 2018. p. 24-5.
- FRANÇA: leis e regulação do jogo e apostas online. *Aposta X: futebol e apostas online*. 12 de novembro de 2011. Disponível em: <http://apostax.blogspot.com/2011/11/franca-leis-e-regulacao-do-jogo-e.html#ixzz4sNKbpWHT>. Acesso em: 07 set. 2017.

- G1. 'League of Legends' alcança 67 milhões de jogadores. Disponível em: <<http://g1.globo.com/tecnologia/games/noticia/2014/01/league-legends-alcanca-67-milhoes-de-jogadores.html>> Acesso em: 26 jul. 2017.
- G1. Número de desenvolvedores de games cresce 600% em 8 anos, diz associação. Disponível em: <<http://g1.globo.com/economia/negocios/noticia/numero-de-desenvolvedores-de-games-cresce-600-em-8-anos-diz-associacao.ghhtml>> Acesso em: 26 jul. 2017.
- IGN. League of legends ultrapassa 100 milhões de usuários mensais. Disponível em: <<http://br.ign.com/league-of-legends/38355/news/league-of-legends-ultrapassa-100-milhoes-de-usuarios-mensais>> Acesso em: 26 jul. 2017.
- LEAGUE OF LEGENDS. Termos de uso. Disponível em: <<http://br.leagueoflegends.com/pt/legal/termsfuse>> Acesso em: 24 jul. 2017.
- LEITE, Antônio Nogueira, ALBUQUERQUE, Ana Barreto e LEAL, Maria João. Economia do conhecimento: empresas. Disponível em http://www.spi.pt/colecao_economiadoconhecimento/documentos/manuais_PDF/Manual_V.pdf. Acesso em: 03 set. 2017.
- LI, Roland. Good luck have fun: the rise of e-Sports. New York: Skyhirse Publishing, 2016.
- LORENZETTI, Ricardo L. Comercio eletrônico. Tradução de Fabiano Menke. São Paulo: RT, 2004.
- MACCALLUM-STEWART, Esther. Online games, social narratives. New York; London: Routledge, 2014.
- MEROE, Giuliano Piccioni Silvestre de. Dinâmica de transição da economia industrial para a economia do conhecimento e a utilização da inovação aberta no contexto brasileiro. 2011. (Dissertação). Mestrado profissionalizante em Administração. Pontifícia Universidade Católica de São Paulo – PUC-SP, São Paulo.
- NEUMAYR, Rafael; FALCAO, Stéfano. Produção de jogos eletrônicos: análise de aspectos jurídicos do edital da ANCINE (Cartilha). 1ª versão. São Paulo: ABRAGAMES, 2016. Disponível em: http://www.abragames.org/uploads/5/6/8/0/56805537/cartilha_prodav_14_-_jogos_eletr%C3%B4nicos.pdf. Acesso em: 9 jan. 2018.
- PAESANI, Liliana Minardi. Direito de informática: comercialização e desenvolvimento internacional do software. 9. ed. São Paulo: Atlas, 2014.
- PEREIRA, Caio Mário de Silva. Instituições de direito civil: contratos, vol. III. Rio de Janeiro: Forense, 1983.
- SALGARELLI, Kelly Cristina. Direito do consumidor no comércio eletrônico: uma abordagem sobre a confiança e boa-fé. São Paulo: Ícone, 2010.
- SCHERKERKEWITZ, Iso Chaitz. Direito e internet. São Paulo: RT, 2014.
- SMITE. Termos do contrato. Disponível em: <<https://web2.hirez.com/hirez-studios/wp-content/uploads/2015/11/SMITE-End-User-License-Agreement-POR-2016-08-15.pdf>> Acesso em: 24 jul. 2017.
- SUPERINTERESSANTE. Não li e concordo. Disponível em: <<http://super.abril.com.br/tecnologia/nao-li-e-concordo/>> Acesso em: 27 jul. 2017.
- TECMUNDO. Contrato de licença: concordou e não leu, sua alma você vendeu. Disponível em: <<https://www.tecmundo.com.br/consumidor/10206-contrato-de-licenca-concordou-e-nao-leu-sua-alma-voce-vendeu.htm>> Acesso em: 27 jul.